

国際経営学と研究進化

村 山 元 英

キーワード：ビジネスの基礎概念、国際ビジネスへの日米の感性の違い、国際経営学の四大潮流—米国型理論を振り返り、国際経営学の主体と対象と行動、日本の国際経営学研究の系譜、研究方法論の自由と拘束

I ビジネスの基礎概念

現代のビジネス (Business) 概念は、伝統的な意味での企業経営にのみ限定づけることは出来なくなった。国家や行政にもビジネスがあり、家族や地域社会、そして、教育や福祉にもビジネスが内在する。

ビジネスを営利性 (金儲け) とのみ決め付ける前近代感覚は、未だ根強い。だが、営利性への拘りを、過去に死んだ遺伝子として葬り去ることに向けて、私どもは迷いがちである。そこで、現代の営利性の本質から、現代のビジネスの本質を見直したい。

利潤優先や、競争優位の企業行動は、その反動を吸引する。正と負、陽と陰、好況と不況の相互循環作用が、自然作用や地球活動に象徴された「人間の宿命科学」として位置づけられるとしよう。その延長で捉えられた「営利性一般原則」そのものが、非営利性を含んだ、暗黙知の社会機能を潜在的に機能させている。その機能の实在は、「相転位の弁証法的進化」(突然変異を内包する遺伝子型組織) である。

いうまでもなく、ビジネスの現代的意味は、社会あつての企業である。その社会は資源であり、その資源の内的・外的な変化を戦略的に取り込むところに、“経営能力”、即ち、“マネジメント”(Management) の現代的意味がある。勿論、ここで言う“マネジメント”(Management) とは、「経営管理」、即ち、職能的権威と経営責任の自己表象である。

外部環境を内部環境化する、経営機能や組織文化の開発が、経営の科学と技術を洗練化してきた。かくして、ビジネスの概念が、マネジメントの概念と区分し難い状況を生み出してきている。言い換えると、外部資源と内部資源、個別職能と集合組織、科学知識と技術技能などの戦略的統合化が、企業の遺伝子を生態変化させてきている。

最近では、コーポレート・ガバナンス（企業統治／企業被統治の利害関係）の問題が、企業の営利性と社会性とを、異種混淆の世界潮流（グローバリゼーション）へと巻き込む。ここにビジネスが、マネジメントと結合し、突然変異の進化を成し遂げる。脱出・超越型ビジネス／脱出・超越型マネジメント現象がそれである。極論すれば、欧米で伝統的に一般化されてきた、通常のビジネスとマネジメントの両概念を融合して、新種の「ビジマネジイ」（和製英語 Busimanagy）という統合概念を、今誕生させつつあると言っても、それは過言ではない。

それでも、伝統概念に忠実に、「ビジネスを利潤獲得意図」とみなし、「マネジメントを、利潤達成の手段」と決め付けるライフ・スタイルは、まだ根強く生きている。ビジネスを利潤性、マネジメントを管理性（手段性）として、両概念の区分をそのように単純に割り切れれば、「思考のビジネス意識」と、「行為のマネジメント能力」、あるいは、「目標としてのビジネス」と、「手段としてのマネジメント」と、両者の領域的意義を境界区分して、ビジネス概念とマネジメント概念とは、このように単純化して分けることもできる。

素朴にこのように信じる経営者／企業家は、迷いのない、計数型利潤意識の効率型合理人間である。このような物理科学精神や機械化原理に沿って、国際経営学を、理論的には物理法則化や、計量的規範化する方法論もある。それは、それとして、国際経営学の形成過程における、一つの段階として、無視できない説得力である。なぜならば、ビジネスの利潤意識とマネジメントの管理技法は、現実には区分し難く、伝統的な企業経営には両概念とも密接に繋がっているからである。

現代の国際ビジネスを、学問的に取り上げるとき、国際ビジネスの定義以前に、まず「ビジネスとは何か」の概念を明確にしなくてはならない。同時に、「国際化とは何か」についても、その見識が問われてくる。後者の“国際化”については、別の機会で取り上げるとして、ここでは、前者の“ビジネス”の概念について、言及してみた。だが、この試みは、筆者の「国際経営学」（International Business）の研究創始期に同じ試みをしていることがあった。

今から、30数年前に、【国際経営学】（International Business）を、日本で誕生させたときに、最初に取り上げた問題認識は、「ビジネスとは何か」であった。その時代における「ビジネスの定義」を整理してみると、次のようなものであった¹。

ビジネスとは、

- ① 現代の社会構造の存続を可能にする、
- ② 総合的、かつ、生態的な価値意識の形成と、
- ③ 行動の秩序化のための機能的手段である。

1 『国際経営学概論 ― 経営環境論的方法の展開』（中村常次郎・村山元英共著 東洋経済新報社 昭和48年）の第1章参照。

さて、ビジネスのこの定義を、更に要約すると、ビジネスとは、①「社会構造の实在基盤」、②「生態的な価値観」、そして、③「行動科学型の目的機能性」である。東洋的な言い方をすれば、ビジネスとは、①「世の中の仕組み」、②「その仕組みの流れ」、そして、③「その仕組みの中での生き方」を慣習的に肯定する、組織人間の“天然の無常観”と“創造的行為の死生観”である。

以上、私なりのビジネスの定義は、「広義のマネジメント概念」（身体的経営一元論²）に通じ、「新・経営学」（グローバル経営論）を、専門職能論や、個別企業の「管理学」から脱皮して、諸環境条件を内包する、総合的な【ニュー・ビジネス・アドミニストレーション】（New Business Administration）の学として、その形成を、密かに目論んできた。

ビジネスを、その行為の誕生起点から理解するとしよう。その結論は、ローカル性の足元（地端の性質に還ること）の本質から、グローバル性（世界的規模）の本質へ接近することである。その逆に、グローバル性の本質からローカル性の本質へ還元することもできる。グローバルとローカルの両極を、演繹法（Deduction Approach）と、帰納法（Induction Approach）で相互に互換させるところにビジネスの社会革新的意義がある。

だが、帰納法と演繹法の両極偏向には、それらに随伴する限界が見られる。それは、演繹も帰納も経験の知的体系からの成果で、未経験の知的モデル設計についての限界を伴う。その限界を克服する未来系行動モデルは、推理による仮説検証型の冒険と許しの飛躍の構造である。その経営的手法は、直観的仮説で問題解決型思考／経営行動革新的に“正”を階層化させ、かつまた逆転の“奇”を構想すること（Abduction Approach）である³。正と奇との組み合わせの妙が、経営の本質としての、自然観であり、地球・宇宙観である。

ビジネスの存在とその社会的過程は、否定できない真実である。超境界的な現代ビジネスが、諸国家の、諸国民の生活を、世界的水準に向けて決定づける、物質的、かつ、世界的な要因であることは、嫌でも既存の社会常識である。

「物質的自己」が原点で、自己の中の物質欲求にビジネスの起源がある。言い換えると、人間の生存本能のレベルで、“物質的自己としての”「身体的自己」が実在する。だが、その対極に、人間存在としての“もう一人の”精神を内面化した「身体的自己」がいる。それは、精神的自己としての“もう一人の”「身体的自己」（「内在的自己」）である。

次に、「身体的自己の存在」を、「関係の实在」として捉えらるし。その関係は、自他関係を含めて、次の4つの主体／客体の「関係の实在」の段階的方向に分類できる。

2 経営を自己の身体性で共時化する。参照『経営管理総論——身体的経営一元論』（村山元英著 文眞堂 平成15年4月）。

3 「孫子の兵法」では、状況分析して、正（正常）と奇（奇計）との使い分けで、作戦構築し、作戦実施を管理する。参照：Chow How Wee, Khai Sheang Lee, and Banbang Walujo Hidajat, *Sun Tzu—War & Management*, Adison Wesley Publishing Company Inc.,2001

- ①「見える関係」と「見えない関係」
- ②「見える関係」と「見える関係」
- ③「見えない関係」と「見える関係」
- ④「見えない関係」と「見えない関係」

自己の身体を外的機能で「見える関係」とし、自己の身体の内面機能を「見えない関係」として、外面と内面の両者の関係で自己の「第1段階の関係の实在」が自己認識できる。例えば、本音を問う。

「第2段階の関係の实在」は、「見える自己」と「見える他人（対象）」との間での「見えるもの同士の関係の实在」である。模倣による開発や成長の競争起源が、この段階にある。

「第3段階の関係の实在」は、成熟過程の内面的自己から、外面的自己を表現しようとする、「見えない—だが見える」洞察スタイルの関係の实在である。企業行動で言えば、「経営理念の働きで、経営行動の働きの形をつくる」。例えば、“ものづくり”やサービスの中に自己を実現することである。

最後の「第4次段階の関係の实在」は、「見えない関係間の相互関係」で、“阿吽の呼吸”ともいえる生気のリズムで、自然・宇宙を身体化して、地球の生命を息吹き分けできる世界観である。共有できる愛、人情、生存、持続、ゆとり、利益、勝利などが、例え幻想だとしても、それらは、「見えない関係間の価値連鎖（Value Chain）」の働きをする。

この第4段階での関係の開発スタイルは、「見える他」を説得的な象徴的記号や寓意的真実を媒介にして「見えない他」（例えば、理念的な第三者）に純化する。その次に、「見えない自己」（例えば、「精神的自己」）が、“つくられた”「見えない他」を、自他内包することである。だが、この方向性が、宗教的信条の方向に走り過ぎ、その過大化と偏向化に沿って「見えない関係同士間」が、その名誉と誇り故に、絶対的異種信条間での相互否定の戦争を誘発する危機を秘めているので注意すべきである。共有できる「見えない価値」の相互交流の関係開発が、今後の歴史の課題として残されている。

以上、身体性の論理で「関係の实在」を、個と組織、自他のレベルで探求し、国際ビジネスの身体的な起源原理を考察してみた。ここで強調したいことは、「第1段階の関係の实在」、即ち、自己の身体性関係の論理が、それ以降の「関係の实在の基点」として理解してもらいたい点である。一人の人間の中に残された野性、即ち、動物的精気としての個人のビジネス願望が、自然の身体的自己と、精神の内在的自己との間での、生得的な交換と相互行為が見られるとしたら、その行為的創造は、既に遺伝子プログラム化されている無意識である。

ビジネスを、1つの思想としてみれば、その思想は、自由化の意志であり、平準化の勢いである。ビジネスの“底の心”とは、物流近代化や技術革新、そして、情報革命などを梃子とした、

「生活の底上げ」であり、「社会の平準化」である。その対象は、国境を越えて、異なる行為の相互関係性で、人間、企業、社会などの、相互依存行為を、均衡成長させ、文化的、制度的、かつまた、環境的にも機能する総合的な、異種混淆の社会秩序を形成することである。

人間の顔を持つビジネス概念には、その相対概念としての位置を確立する“プレジャー”（Pleasure）概念を包含するものである。プレジャーとは、即ち、喜び、楽しみ、遊び、余暇、休暇である。創造する人間の仕事と、その再生のエネルギーとしての遊びとの、共生的な生態系を忘れてはならない。このことは、ビジネスを真に理解するために、不可欠な分析視座である。ビジネスの反意語としてよりも、むしろ、ビジネスの裏の言葉の意味が、プレジャーの存在意味である。両者は、表裏の関係にあり、ビジネス（仕事）もプレジャー（遊び）も、両者共に「勤勉と創造」の意義を分かち合っている。

あたかも、経済学で、投資（≠貯蓄）と消費があるように、経営学には、「ビジネスとプレジャー」が不可分の関係にある。なぜならば、経営学は、経済学のように物理法則や公理的秩序で測られるよりも、不確かで主観的な“人間の学”なので、「仕事と遊びとが、共生する」研究領域を、抱え込んでいるからである。アメリカ発のビジネスには、特にこのことが言える。

言い換えると、ビジネスは、生産の経済関係や合理関係での、物質的行為と平衡して、人間の脱経済関係や超合理関係の創造行為を、人間の誕生起源で価値内包しているのである。

さて次に、国際経営学者、E. コールド教授（Professor E. J. Kolde）の、ビジネスの定義を⁴、要約して紹介してみようとする。その狙いは、曖昧にされてきたビジネスの概念を、より明確にする試みが、コールド教授の古典的定義から、直観できるからである。

ビジネスとは、近代社会の生存の方法であり、手段である。ビジネスが、人間の物質的な生活水準を決めるだけではなく、次第に、社会の権力構造となり、富の蓄積を通じて、社会的影響を強めるようになる。準工業国では、欧米の近代化モデルを踏襲して、以前の支配者階級である、地主、宗教家、軍人に代わって、ビジネス階級が、社会変革の役割を果たすようになった。これまでの実務的側面としてよりも、むしろ、経済発展や社会進歩の誘導者としての、ビジネスが、概念づけられるにいたった。社会常識としての近代化とは、ビジネス依存の工業化と同意義である。その社会形成の要因が、ビジネス活動である。従って、ビジネスとは、欧米では、「人生そのもののあり方」、とまで理解されている。

コールド教授のこの定義の中で、重要な問題認識は、ビジネスが近代化と同じ意味だとしても、

4 Endel J. Kolde, *International Business Enterprise*, Prentice-Hall, 1968. 筆者が、シアトルのワシントン大学での客員教授時代に、同教授は、「環境が国際ビジネスだ」と言う理論を主張していた。北欧（スウェーデン）からの学者で、貿易論と国際経済学からの進化としての、国際企業論を構築していた。

その牽引力が、株式会社社会の形成と、新しい権力構造としての経営者階級で支えられているのではないか、と言う示唆である。その現実、否定できない事実であり、その肯定の理論を、暴走させない方向での、ビジネスの社会的相互行為論が、現代のビジネス論で最も望まれる。

ここに、ビジネスの意味論の探求過程に、国家近代化に向けての権力論を散りばめる必要にせまられてきた。政治、行政、企業、社会などのネットワーク・システムを変動させる、「諸権力と諸効率のマトリックス構造」の分析を通じて、ビジネスの権力構図と効率構図とが、他のシステム構成要素との相対的關係において、流動的に評価されてくる。簡単に言えば、その国の全体像の中でビジネスの位置が、他の政治、行政、社会などのシステム構成要素と較べてどの程度「相対的優位の位置」にあるかの判断をすることである。

権力がもたらす正の効率的視点は変革要因であり、負の効率要因は弊害要因である。上記に挙げた各クラスターの権力の相互影響性は、それぞれ固有の誘因、速度、数量、期間、階層、関係などの差別化によって異なった能力評価を与えることができる。

例えば、ここで取り上げたい「ビジネスの効率」とは、「政治の効率」、「行政の効率」、「社会の効率」などの諸個別要素クラスターの効率に相互依存して、国家全体の総合効率性を表現する概念である。なぜならば、ビジネスの基本概念が、政治、行政、社会（市民／住民）に総て内的に溶解しているからである。しかし諸権力の相対化の位置関係で、絶対的な影響力を持つ中枢的な革新力がある。特に創造的破壊の革新力がもたらす権力の変動過程に、国際ビジネスは最も強い関心を持つ。革新力とは、権力ネットワーク・システムを基層的に変動させる“鍵的変動要因”である。通常言われる、「先端的技術」、「国際化」、「情報化」、「環境認識」などが、最近のビジネスにおける一般的な意味での“鍵的変動要因”である。

最近の国際ビジネスのグローバルな潮流として、民主主義を基本原理とする「政治の権力」と、市場主義を基本原理とする「企業の権力」との間の蜜月旅行が感じ取れる。政治と企業とシナジー効果が、グローバル・マーケットで新しい世界地図を描き始めた。言い換えると、政治と企業の両権力構造のシナジー効果を、“新しい”媒介能力（例えば、ニュー行政、地域連帯）を創出して、より積極的に実現できる国家も出てきた。政治と企業の能力を有効に引き出し、共通の目標に向けて効率的に共同作業するためには、グローバル・マニファクチャリングやグローバル・マーケティングでの分業と協業の組み合わせ効率を、まず組織論的に成功させなくてはならない。

その背景には危機管理の意識を梃子にして、情報共有による目標への合意形成と、経済利益追及の国家意識の形成とその国家戦略が、有能な行政の企画・調整能力と相俟って、最近ではグローバル・リーダーシップ化してきている。

別な視点に立って、企業の権力的基盤を「企業の政治性」や「対行政への折衝力」との関係で位置づけると、その企業の権力構造とは、政治や行政を動かす社会階層からの支持、即ち、政治／行政の先にある社会的支持を獲得しているかどうかということによって相対評価できる。市民社会

と民主化原理に支えられた市場競争下での企業経営のあり方は、社会との相互影響的な存在関係にある。このことは、社会的過程の組織経営を価値内包する経営の誕生を意味する。

特に、消費者志向の社会構造を前提にすると、革新的な企業構造は、変革する社会構造と相似化する試みを持続させている。言い換えると、「企業の権力と革新」が、「社会の権力と革新」を映し出すようになり、その逆の関係も真実となる。かくして、社会が変わると、企業が変わる。同様に、企業が変わると、社会も変わる。定式知型の企業効率が、暗黙知型の社会効率と連動するように、企業効率と社会効率とは相転移的に機能し始める。従って、“大衆の原像”ともいえる、暗黙知の消費者（潜在的利害関係者）は、共有する情報媒体の影響を強く受けるようになる。

注目すべきことは、前述の4つの「関係の实在」が、政治と企業と社会のそれぞれの階層に組み込まれて、4の3乗のマトリックス構造（253の組合せ）へと複雑化することである。その相乗効果を含めると無限大に「関係の实在」が多角化するともいえる。

そこで行動を選択するために、権力の順位づけ、ないし「实在の関係」の格づけが現実的になされる。例えば、「政治の権力」が先行して、その次に「政治の権力」が「企業の権力」と相互作用するようになる。その延長で「政治の権力」と「企業の権力」とが、「社会の権力」（社会構造の潜在的革新力）を資源化するようになる。初期的には政治力と企業力の連動が、社会構造の変革に働きかける方向性を持つが、そのブーメラン効果により、社会力から政治力と企業力への逆流現象が起きる。

「見える権力」と「見えない権力」の相互作用が、ある種の地殻変動を惹き起こし、政治、企業、そして社会のパワー・ストラクチャーのネットワーク・システムが、より流動化するようになる。ここに、より高次の統合の秩序をめざす経営規範への第3の経営主体論（例えば、グローバル経営論やグローカル経営論）が芽生える。政治と企業と社会の権力地図を描き変える、コーポレート・ガバナンス認識も、この段階での意識構造へと情報共有を媒体にして流動的に変え始める。

さて「企業の権力」を流動的にみると、それは「投入—加工—蓄積—産出」の流れ（process）である。インプット（投入）が、外圧の支配的権力（例えば、強制の存在としての国家戦略、行政指導、外国資本など）となる。そして、そのアウトプット（産出）が、業績の職能的権威（例えば、自己革新による仕事成果と組織リーダーの実績など）である。「企業の権力」の中身と位置づけは、投入された外圧を内部的に資源化する加工と蓄積の過程である。外部資源の加工と蓄積の内部的過程には、外部権力の階層的権威が平準化し、「企業の権力」的構造が、理念的には「仕事の権威」的構造へと解体変容してくる。

消費に対する生産（ものづくり）の面でも、“大衆の原像”がある。それは企業組織や生産過程に資源化している個人の仕事能力である。「仕事の権威」は、「匠の世界」や「プロフェッショナル」に象徴される“大衆の原像”である。「仕事の権威」（「匠の世界」／「プロフェッショナル」）

は、「企業の権力」を素材にして“大衆の原像”を創出する。言い換えると、ローカルなものづくりとしての「匠の世界」と、グローバルなプロフェッショナルとしての「英雄像」とが、“大衆の原像”の期待値の中で重なる。その肯定の根拠は、“英雄像”が、“大衆の原像”の中にある期待値（人間願望）だからである。人間の心の中につくられた“英雄像”（階層の権力）と“大衆の原像”（仕事の権威）の両者は、常に休むことなく油断せずに“際崩し”交流を続けている。日本の国際ビジネスの現実からの1つの結論は“革新への英雄願望”である。“ものづくり革新”と“先端的情報化”には、特にこの“英雄像”と“大衆の原像”との間の超境界的な“際崩し”市場交流が、世界的規模での生産効率を高め、かつまた創造的破壊のための知識創造の経営を誘引してきている。

Ⅱ 国際ビジネスへの日米感性の違い

ビジネスの定義が不確かだと、その延長での国際ビジネスの定義がより不鮮明となる。そうした理由で、以上のようにまずビジネスの基礎概念を、多元的視点からの一般化の論理として可能な限り抽出してみた。その意図は充分尽くせたかどうかは疑問であるが、とりあえず先に進むとする。

従来、わが国では、ビジネスに対する社会的認識や、学問的見解に多くの混乱がみられた。特に、ビジネスが超国境的に飛躍すると、日本の伝統的に限られたビジネス概念が世界のビジネスの生態的变化に追従できず、その巨大な渦に巻き込まれてしまう危険性がある。

その最大の理由は、ビジネスへの偏見である。士・農・工・商の封建的階級意識が、「武士の経済学（Economics）」、「商人の経営学（Business Administration, Management）」と、“錯覚した決め付けの誤り”を、現代に引きづっている。経済学を国家の学問、行政の武士的機能、公共の立場に、格上げする日本の傾向が、ジャーナリズム好みである。その結果、国民は、責任のない「評論の経済」の蟻地獄にはまり、大衆は、生活に直結する「責任の経営」を見難い状況へと、追いやられている。

別な言い方をすると、日本人の“経営学（ビジネス学）無知”の社会階層が、お上（行政、政治、経済）志向から抜け切れず、“経営学、即、ビジネス学の軽視”に走り、あるいは、「経営学、即、ビジネス学を、経済学の一部と誤解」するほどの、大変な誤りを、日本の行政当局のみならず、一般大衆までもが、知的偏見で、犯してしまった。その修正が、いまだにできていない。

日本での、“真のビジネス”への社会認識の欠如は、日本の経営学者の、不徳の致すところでもある。最近では、国際化に目覚めたとは言え、日本のこれまでの経営学者は、経営学を、企業論や、会社論として、内部的な組織機能論や、特定化した効率化原則に、主たる研究の焦点を置き過ぎた傾向がある。

しかし、それは、それなりに意味があるが、「企業とは何か」の本質や、「会社のあり方とは如何に」の経営観を、より高い次元で、広く見る視点を欠いてきた。その反省が、「企業から社会へ」の視点を方向転換させ、「社会から企業へ」の経営観（ビジネス観）の確立である。これまでの外部環境を“対岸の火事”とみなせた、温情型の内部環境への甘えのビジネス意識は、結果的には、マネジメント能力をミクロ理論に拘泥させ、その理論のマクロ型成長進化を鈍化させた。

マネジメントの本質を、内的組織環境の経営管理論としてのみ、温室化したことが、マネジメントの本来の機能を退化させるにいたった。ビジネスの生態変化が、マネジメントの生態変化と、二人三脚の間柄であることは、後追いの理論で律するよりも、企業や、社会や、そして、個人や国家の説得的な行為レベルでしか、説明のできないともいえる。行為には、その理論付けが、見える合理性を原則とし、見えない合理性は、測れない自然で、無視されがちである。

欧米からの翻訳経営学が、どこまで、真のビジネスを体系的に伝えてきたかも、疑問である。研究者自身の限界も、充分理解する必要がある。その一方で、国際情報の媒介には、為政者の隠れた支配と管理の意志が、払拭されえない現状もある。特に、政策形成の国家官僚の管理意図に、伝えない、知らせない情報非公開の管理スタイルが、日本での経営学研究の障害となる。世論形成の理論を誘導できない、経営学者の悲哀が、ここにある。「真のビジネスの国際情報が、行政支配の枠組みの中に歪曲化し、“天下り管理”や、“関係隠し”の、情報手段へと切り取られ、切り捨てられる現実を、私どもは常に痛感している」。

本論に戻ろう。ビジネスは、マーケティングと同様に、日本語に成らない英語である。無理したビジネスの翻訳が、経済、経営、商売、取引、会社、営業、仕事だが、前述したように、どれ一つとして、ビジネスの本質を、日本語で言い当てていない。

ビジネスの定義が、異なる社会構築、異なる生態的価値観、異なる行動スタイルを前提とすれば、当然、その異種性を共有しない国にとって、ビジネスは同じではない。だが、同じだと言う、幻想や決め付けも、標準化に向けての、行動規範となる。現実帰属だけではなく、幻想帰属の人間の意志も、市場を変動させる、もう一つの誘引である。それでも、偽りのない近代化の格差は、自然法則で、進化の環境条件の違いから来る性質のものである。そこで、幻想のビジネスと、真実のビジネスとのずれもが、同床異夢の近代化の意味を多様な色で染め、ビジネスと文化多元主義の葛藤を奏でる。

日本語に成らないアメリカのビジネス概念は、日本の職人の技能が匠の世界観としての身体的知であり、匠が世界の言葉になり難い状況と、極めてよく似ている。匠感性と同様に、血縁、地縁、知縁の3“ち”の縁の他にも、職縁、社縁、クラブ縁、趣味縁の総てに、アメリカのビジネス感覚が実在する。その感性とは、動物的精気の自然感性であり、標準化や画一化を前提条件とする、能力の平等化であり、進化を自浄化する成長への民主化である。

あえて言えば、アメリカのビジネスは、建国の精神的自由で、その自由への抵抗勢力との、「闘

いと安らぎの営み」が、ビジネス・グローバリゼーションの基層に、シッカリ根付いている。多元的な移民の歴史が、異種混淆の世界観と、能力差別主義との、二律背反の社会構造を生み出し、その二元的統合に、超越的に内在する絶対者を求める。

超越的に内在する絶対者とは、誰なのであろうか。そのものを自己表象する動きのリズムと形が、自由への宗教的自覚で、アメリカ人は、自由のために死ぬる自由を、内在化している。その自由の基底にある心理構造は、一神教にみられる、自己のなかの超越的内在者（一神教的絶対者）と、現実の自己との間での交換心情（Give & Take）のライフ・スタイルである。

物心二元は、自己と非自己との間での、恐怖の交換論である。自己の中に自然に解体していない絶対的為政者が内的に存在する。その心情が一神教の特性であり、自己の中に絶対者と絶対者となりえない自己そのものとの二元的自己を肯定する。自己内在の絶対者と、それを「他」（例えば、神、精霊、キリストなどの精神内的存在）として非自己視する（“もう一人”の自己としない）レベルでの「自然的自己」（例えば、物質的自己とか、経済的自己）との二重心理構造が、一神教型の自己経営の論理的基盤である。アメリカのビジネスは、自己と異なる、絶対的な超越者を、このように二重構造的に、かつ、分離内在的に肯定できる、一神教的な信仰心から生まれる。

その延長で言えば、ビジネスの標準化は、自己の中に超越的に内在する絶対者（永遠の非自己）と「自然的自己」の契約（交換の正義）であり、一神教的なグローバル経済信仰の自己表象である。だからこそ、キリスト教とイスラム教との“異なる一神教”間での、内的超越者への絶対観の違いが相互に死を賭して闘い明白となる。その結果、反アメリカや反グローバリズムのビジネス批判を、身体的な死生観で露呈するようになる。そこでの神は死に、神は復活するのである。

多神教的な日本のビジネスは、神道的、仏教的、儒教的、道教的な、交換の自然観である。内在する超越的絶対者が、自然の秩序を残す。内在的に超越するが、その絶対者は、自己そのものに転換する可能性を持つ。人間が、自然になり、神にもなれるロマンが、日本の神秘主義といわれる隠れたビジネス感性（多神教的心情）である。人間が、自然と一体化する。人間と神仏も、自然、地球、宇宙に解けている。そうした、幻想が、生命起源のレベルで設計された神々と身体化し、ビジネスの行為的創造をつくる。かくして多神教の日本型国際ビジネスは、曖昧で不確かさを自然秩序と身体性原理に吸収させ、地球や宇宙の動きと形を自己組織化し、物質や計量の科学性を欠きながらも、最後は、一神教的な、ビジネスの標準主義の科学を自他受容する。その理由は、一神教をもう一つの自然として捉え、吸収と再生の自己を身体的自然化しているからである。

多神教国家のビジネス感性は、一神教が産み出した信仰をも、ごく自然に受容できる「ビジネス・ハート」（多元的に柔軟な脳世界）なのである。自然を内在の絶対的超越者として自己主体化しておく、と、外来の異質性を内的自己化できる。だが、生活環境に自然が消え、都市化が自然そのものを押し殺し続けると、自然起源の心身一元的活力（多元の神々）が、超境界的に機能しな

くなる。

古代史的な都市文明が、自然破壊で沙漠化し自然の神々を抹殺すると、人間の中に生きてきた自然の神々は死に絶え、そこで自然の面影を“つくられた神”の誕生で代替させる。特定の地域が自然を失い沙漠化の都市を護り続けるとしたら、その都市文明は“失った自然”（神々を実感すること）を代替的に感じ取らせる宗教施設をより磨きあげていく競争を演じる。

非人工的に設計された科学文明が、人工の神殿に祀られる神を設計する。かかる神殿が、自然を失った都市での、自然代替となり、人間の中の自然（脳世界）、即ち、神（脳世界）の均衡を機能させる。かくして、神々を身体化した「自然設計のビジネス感性」（自己そのものとなる内在的超越者との身体的一体化）が、都市化、工業化、現代化という名の「人工設計のビジネス感性」（自己ならざる超越的内在者と距離をおく分離）へと様変わりする。

別な言い方をすると、自他受容の自己経営のビジネス感性（脳内世界観）が、自然を媒介とする身体一元的な経営から、自他分離の都市（不自然）を媒介とする物心二元的な経営へと進化する。しかも、そのように二元的に進化する経営が、「環境適応」、「環境修正」、「環境創造」の技術革新／経営革新をする過程で、創造と破壊との生命起源リズムの形を自己表象するようになる。例えば、循環的に持続する自然の面影を失った、商品のライフ・サイクル、経営者の浮き沈み、会社の栄枯盛衰、産業の成長衰退、国家の興亡などが、自然の循環型秩序法則とは異なる、都市文明／技術文明の断続的サイクルである。注意深く「自己の中の自然と都市との関係」を洞察すると、均衡・不均衡の揺れ動きで変容する「自己の喪失」と「自己の創造」の進化過程を自己覚醒できる。

日米のビジネス感性の違いを以上分析してきたが、単純に要約すると、日本型のビジネス感性は「身体一元的ビジネス感性」であり、アメリカ型のビジネス感性は「物心二元的ビジネス感性」である。その違いの文化／文明的起源は、日本のビジネス感性はイエムラ（家・村）型共同体の持続意識にあり、アメリカのビジネス感性は、トシイノベーション（都市革新）型共同体の流動意識である。それぞれ異なる生活構造と生活史の共同体関係の発展段階によって、それぞれ異なるビジネス感性を醸成してきた。

日本型と、アメリカ型の両ビジネス感性を以上のように相対比較したが、国際ビジネスの相互作用で、両者が逆流するという現象が生まれた。言い換えると、アメリカ型の日本化であり、その反対に、日本型のアメリカ化である。競争的優位をめざして、模倣とその超越の国際戦略が経営革新の効率的な手法であることを、日米ビジネス共に経験知的に理解している。

近年では、「日本のアメリカニゼーション」が、世界的潮流のグローバリゼーションだとして、受け入れられてきている。さりながら、アメリカ型ビジネス感性への、日本型ビジネス感性は、もう一つのグローバリズム経営規範として準備しておきたいものである。現代のアメリカ型グローバリズムのビジネス・アプローチへの、批判、補完、修正、そして、再生や創造への、資源的

素材としても、日本型ビジネス感性は、それなりの有意義性を、持続させてきている。

感性は、感覚と直観とを、思考や論理に結びつけ、知の限界を超えて、創造的行為を産みだす。ここで言うビジネスの感性とは、循環的行為と、創造的行為とを、「人間の中に残された野性」（“動物的精気”）として、価値内包している。従って、日米の垣根を越えて、ビジネス感性は、それぞれの国で、ビジネスの活力を、固有のあり方で、本来的には維持しなければならない。

だが、ビジネスは風土であり、権力である。アメリカの風土と権力が、世界で、国際で、グローバル規範だとするビジネス感性はどこから由来するのだろうか。その理由は、世界がアメリカを、軍事力も含めて「現代の文明“超”大国」だとする現実認識からくる。

「文明の“地域”大国」としての日本は、アジアでのリーダーシップを、発展する中国との関係で、その持続の危機にさらされてきた。日本の国家戦略的としては、中国と協調的競争の関係に自己防御しなから、「文明“超”大国のアメリカを世界とみなす」、グローバル・ビジネスに歩調を合わせて、アメリカ型ビジネス感性を、肯定せざるをえない。

ここに、アメリカの国際ビジネス（国際経営学）を、徹底的に内的自己化する国際経営学の構築目的が明確となる。国際経営学の構築を通じて、アメリカを更に深く知る方法論が、国際経営学をより内容あるものにする。古典芸能を学ぶ姿勢は、忠実な模倣から始まる。未熟な自己を過信する誤りは、自己崩壊を招く。模倣の学問で、自己再生の国際経営学のイメージを描き直してみることも出来る。アメリカの国際経営学の理論構造を、再度、謙虚に模倣する自己を掘り起こし、新しく自己再生することも、一つの学問的方法論である。大胆にアメリカを取り込む姿勢が、これからの私の“老後の冷や水”とすることも、又、面白い。

Ⅲ 国際経営学の四大潮流—— 米国型理論を振り返り

企業の超境界的な活動に沿って、国際法務が国際経営学の萌芽となり、その後、「国際経営学」への学問領域開拓は、「国際経済学」、「貿易論」、「マーケティング」の関係学者によってなされてきた。ここに、経済学と経営学の分水嶺と共有地の問題が曖昧となり⁵、その「結界現象」から多くの新しいパラダイム（知的枠組み）と授業科目が誕生した。その地殻変動を促進したのが、経営職能の超境界性と国際業務（インターナショナル・ビジネス・プラクティス）の多角化である。

「国際経営学」は、いまだに、定着した学問ではない。その英語起源を1960－1970年代に遡れば、アメリカにおける初期的な代表的学者による、原語の“言葉の違い”（直訳すると）を次のように示すことが出来る。

5 千葉大学で人文学部から法経学部へと改組するとき、経済学者の伊東光晴教授が、筆者の「国際経営学」を、「国際経済学」と同類と見做して、筆者を「国際経済学」への配置換えを示唆されたことがある。この考え方の根底には、文部科学省に経営学を経済学の一部として含めている行政思考がある。だが、その一方で、経営学と経済学とが、ビジネス論（旧制高等商業）では、同じ船にいたことを、伊東教授は一橋大学の歴史で洞察していた。

- ① International Business Administration (「国際ビジネス経営」) or Management of International Operation 「国際行動の経営管理」: ジョン・フェアウェザー教授 (John Fayerweather, New York University) の用語
- ② The International Corporation (「国際会社」): キンドル・バーガー教授 (C.P. Kindlerberger, Massachusetts Institute of Technology) の用語
- ③ International Business Enterprise (「国際ビジネス企業」): コールド教授 (Endel J. Kolde, University of Washington) の用語
- ④ International Business (「国際ビジネス」) / International Management (「国際マネジメント」): ロビンソン教授 (Richard D. Robinson, MIT), ファーマー教授 (Richard N. Farmer, University of Illinois), リッチマン教授 (Barry M. Richman, University of California) らの用語
- ⑤ The Multinational Corporation (「多国籍会社」): トレリイ教授 (Hans B. Thorelli) の用語
- ⑥ Joint International Business (「合弁国際ビジネス」): ウォルフガング教授 (C. Wolfgang Friedman) & カルマノフ教授 (George Kalmanoff, Columbia University) の用語
- ⑦ American Management Abroad (「アメリカ海外マネジメント」): ブライソン教授 (G. D. Bryson) の用語

【インターナショナル】・【ビジネス】・【マネジメント】の日本語訳が正確に出来ない問題があった。経営風土の違いが、外来の言葉に籠められた外来の魂とその概念の違いを正確に伝え難い学問と実務の限界がある。従って、その英語から日本語への翻訳が、当時の日本人学者の個別の専門分野からの、持論展開型の“取り込み主張”も試みられていた⁶。

日本語訳が、その後磨かれて整理統合されてきた。その結果、「国際経営学」⁷「国際ビジネス論」「国際経営論」「国際企業論」「多国籍企業論」「国際合弁会社論」「グローバル経営論」などの一般化で、“講義科目名”や“著書名”を散見できるようになった。国際経営学への、それぞれ異なる学者の学問的背景が、国際経済学、貿易論、マーケティング論、経営学などを主たる研究領域としているが、“企業”(会社)の研究や、“ビジネス”の研究が、超境界的な研究テーマとなっている点が、「国際経営学の起源的な特性」である。

6 小林規威教授(多国籍企業研究会会長)は、【インターナショナル・ビジネス】を日本語にしないで、そのまま原語で使うことを、当時主張されていた。「マーケティング」が原語で定着したが、はたして【インターナショナル・ビジネス】が日本語化したのだろうか。現在は、「多国籍企業論」と「国際経営論」の授業科目で日本の大学では定着してきている。

7 1970年に筆者が組織学会で【インターナショナル・ビジネス】を初めて学会報告したときに、「国際経営学」か「国際経営論」か、どちらの言葉にしようかと、故・高宮晋教授(組織学会創立者)に相談したら、「どちらでもよい」と言われた。当時「国際経済学」が独自にあるので、「国際経営学」も学問の自律としてあるべきと思い、「国際経営学」の名称をそれ以来用いてきた。だが、その後、なぜか、未成熟を背景に遠慮するかのように「国際経営論」の名称が流通するようになった。旧文部省が講義科目として「国際経営論」を用いたこともその理由の一つである。振り返るに、現代が引きずる「国際経営論」固執へのこの大きな失敗は、当局の学問の未成熟への配慮からであり、担当者の時代遅れでもあったので、そろそろ「国際経営学」への本格的な転換に身を正してもらいたい。その方向に向けての独自の理論を構築して「国際経営学」の看板に胸を張ってもらいたいものである。

日本では、アメリカ風の【国際経営学会】(Academy of International Business)と言わず、【多国籍企業研究会】という名称で、IB(International Business)とIM(International Management)の研究集団が、旗上げされた。その中身は、アメリカ同様の学際的手法で、「国際経営学」(「多国籍企業論」と同じ)の日本的啓蒙に貢献した。その後、【多国籍企業研究会】から【国際ビジネス研究学会】が分派し、理論拔きの、より現地紹介型の現象報告を拡散しているようである。私個人としても、これまで関心をもち続けた、国際経営学の「理論研究」、即ち、“国際経営学の理論構築”【Structuring Theory of International Business / Management】と、“経営と文化との結節点”の学問分野である、「異文化経営論」【Cross-Cultural Management】(その後の経営人類学【Management Anthropology】と同じ)を深める目的で、研究仲間と【国際経営文化学会】(Academy of International Management, Cultures, and Transdisciplinary Studies, 略して【AIMCATS】)を創設し、これまでの研究成果を磨くと同時に、新しい国際経営学の研究分野の開拓と発表に勤しんできた。

最近の【国際経営文化学会】の共訳・編著『国際経営学の理論研究シリーズ』(文眞堂版)の中で、『国際経営学の基礎概念と研究領域』と『国際経営学の組織理論と組織行動論の視座』を発表した。本稿に関係する、国際経営学についての最近のアメリカ型国際経営学の概念構成と研究分野、その理論的仕組みと研究方法論、そして、国際経営の価値観と行動原理などについて、多くの理論をよくまとめ、体系化してある。是非、参考にして欲しい。

1970年代から1980年代にかけて、シアトルの州立ワシントン大学での客員教授をしていた頃、筆者は二人の国際経営学の主流学者と出会った。北欧系のコルデ教授は、貿易論を背景に国際経営学は、「環境である」と主張していた。ドイツ系のミラー教授は、会計学を背景に国際経営学は、「職能である」という主張に拘っていた。この二人は犬猿の仲だった。そこで、国際経営学は、「馴染みのある職能学」か、それとも、「未知なる環境学」かの選択の問題に筆者は直面した。

学問は、ミクロとマクロとの統合である。部分と全体を忘れては、学問は成立しない。企業のミクロ理論と、環境のマクロ理論の接点は、どこにあるのか。部分としての個別職能論と、全体としての環境論との入り組み相互乗り入れの媒介理論／中間理論ないし統合理論はあるのだろうか。その視点で統合の第3の学派を探したら、元ワシントン大学教授でMIT(マサチューセッツ工科大学)教授に転任したR. D. ロビンソン教授の存在を教えてもらった。早速、本人のいるボストンに飛び、『国際経営管理論』(International Business Management)の名称の下に、ミクロ理論とマクロ理論の統合の苦勞の構造を知る。教授の背景には、従軍記者としての海外地域経験が、部分と全体とを貫く新しい分析的枠組みとなっているのが特色であった。

州立ワシントン大学の自由な学風と、アメリカ・フロンティア・スピリットを残す西部地域で、国際経営学の3学風が、【職能論】【環境論】【統合論】を基軸に方向性を持ってきた。そこへ、筆者が、客員教授として自説の【文化論】【比較文化】と【地域研究】の視座を国際経営学の中に持ち込んだ。この大学に英文学から経営学に転向したJ. サリバン教授が、自説の【経営文化論】

に共鳴してくれたので、結果的には、異文化経営論的接近も含めて、職能、環境、統合、異文化地域研究の4学風が競い合ったことになる。

1970年代から1980年代にかけて、アメリカ国内で当時多くの国際経営学者と面接調査して、比較的経営学に近い国際経営学者を探した。相対的に言えば、マーケティング、組織行動論、経営管理論の学者たちが、個別専門の立場から「国際経営学への学際科学的接近」を試みていた。また、現場の学問としての、技術系の生産管理論や、計数管理の会計学関連や、渉外専門の法律関連の研究者たちは、企業の海外進出に付随して、超境界的行動を本質とする国際経営学を身体的に経験していた。攻める者の論理としての、「支配の経営学」がその主流だったように思える。

日本経営学会が呼びかけて、第1回【経営学会国際連合】(IFSAM)が日本主軸に東京で開催された時、友人のカリフォルニア大LA校のショエルハンマー教授が、国際経営学の学説史を、要領良く整理して発表したのが印象的だった。ドイツのゲッチンゲン大学にあって、ドイツ経営経済学の大御所グーテンベルグ教授の弟子だった彼が、アメリカのインディアナ大学で勉強して、その後、国際経営学の専門研究者となっていた。米国風の学問風土の中に、ドイツ風の学問方法論を組み込み、諸学説の分析的解釈を、「紹介—解釈理解—評価吟味—批判—自説展開」をしていた。その分析方法論は、故・中村常次郎教授（ドイツ経営経済学派）の教えそのものであった。

英国から米国への招聘学者も、国際経営学の講座を開設した。アメリカの州立インディアナ大学でオックスフォード大学の一部だったレッディング大学から、J. ダニング教授は、経済学理論から、国際経営学の理論を形成し、多くの国から弟子を集め後継者を育成した。その者たちから国際経営学の若手が輩出し、アメリカ国際経営学会（AIB）の会長も数多く産み出した。その一人が、J. アーバン教授（南カロライナ大学）である。国際基督教大学の副学長の鈴木典比古教授も、一橋大学からそこで若き日に勉強され、帰国後は日本の「国際経済学会」の本流を恩師らから引き継ぎ、同学会を支えられている一人である。それはそれとして、国際経営学には、それぞれの学者の“お郷柄”（理論基盤と文化基盤）があることを知った上で、その学問の根底に触れて欲しいものだ。

アメリカでの国際経営学のその動きに触れれば、諸学会・諸大学の国際化と、個別学問・個別学者の国際化との相似関係は、無視できない学問形成基盤である。また、心理学や組織論の関連学者が、国際交流＝人間交流の問題意識で、国際経営学の研究領域へ雪崩現象を起こしてきた。特に、海外からの留学生でアメリカ産の学位授与者は、祖国の異文化特性と語学能力を学的素材として、国際経営学に大量転入してきた。生産のハード・サイエンスの時代から、情報のソフト・サイエンスへの時代変換も、国際経営学への追い風になったことは、いうまでもない。

さりとはいっても、国際経営学の学的基盤は、定着したわけではない。国際経営学の主体と対象が、学際化で希薄化し、国際経営学の個別科学性そのものの脆さが露呈しがちである。従って、大学における国際経営学の位置が、各専門群に吸収されたところにあるのか、独自の領域として

あるのかが抜本的に問われている。特に、国際経営の超境界的行動が、“超境界的な”「専門科目」と「地域研究」と「語学能力」を要求するので、専門化、国際化の、更にその上の、脱出や超越の高度化の学的枠組みと教育制度化が、大学間の国際競争に拍車をかけられて大胆に展開している。EUをはじめ、多くの国がそれに追従し、追い越そうとする意気込みも、最近ではアメリカ型ビジネス・スクールのモデルの熱心な取り込みの中にも伺える。

Ⅳ 国際経営学の主体と対象、そして行動

総ての学問には、主体と客体との二元論的構成から初期化することが出来る。明治以降日本に導入された学問体系がこのように欧米起源の二元論であるから、それを踏襲しないと、世界的な学の潮流に“馴染まない異端者”となる。そこで妥協の産物として、欧米型のモノサシを使って、国際経営学を「主体と客体」の視点でこれから展開してみようとする。ただし、欧米型のプラグマチズムの「行為と思考」の未分離を学問前提とするときには、欧米型の国際経営学が二元論から一元論展開へと、現実化している。その理由は、現実行動の真実が哲学的表現を不必要とするからである。言い換えると、走りながら考える行動スタイルと、一般化の楽観主義で、「実践優位の説得力」、「結果がものを言う」ということである。

国際経営学の経営主体とは、個人レベルを基点とする組織主体であり、行為主体である。人間存在の社会前提が、「人間としての個人」と、「制度としての個人」とに、二重構造型に位置づけられている。国際経営学の経営主体は、この社会前提を条件理論として出発する。しかし社会前提が、特定化できる場合と、出来ない場合とある。出来ない場合に経営主体は、環境の自己組織化の失敗に陥り易い。なぜならば、経営の本質は、主体が客体に働きかけて、客体を動かす能力だとしても、その客体が見えない。しかも特定できない環境の場合には、その客体としての環境は無視されて、その客体の存在の能力が資源として有効利用されないからである。

経営主体の共有観は、“職能総体”(Functional Whole)への存在観である。“職能総体”の抽象概念が、アメリカ的な民主主義と市場原理の発想起源である。だが、“職能総体”の概念は、日本概念に演繹できるものだろうか。日本的に言えば、“仕事の連帯”と、“関係の統合”が、アメリカ型の“職能総体”への近似的概念である。注意すべきことは、“職能総体”の本質は、日米経営の境界を越えて、組織目標を共有している「個人の権限」と「個人の責任」とが共時化している「個人のハタラキ」の統合概念である。

さて、次に経営主体を制度理論、即ち、“制度の権威”(Institutional Authority)として捉えてみよう。経営主体を制度化することは、形式論理や規範秩序を重んじる「カタチの概念」である。「カタチを整えて、ハタラキを統御する」ことが、“職能総体”のもう一つの意味である。カタチが見えるハタラキと、見えないハタラキとを重ね、「経営の権力構造」(management・power

structure) となる。特に、多国籍企業が、競争的優位（①範囲の利益と、②規模の利益と、③連結の利益）を楽しむためには、「経営のカタチとハタラキ」の定着ないし土着化が不可欠である。持続するチカラ（権力）の制度化は、国際経営学のもう一つの資源形成基盤である。従って、権力論的背景からの国際経営学の主体理論形成には、超境界的かつ戦略的な方向で、例えば、法律学、経済学、政治学、社会学、情報科学、人文科学、自然科学、人間科学、そして環境科学などを、積極的に取り込まざるを得ない。

日米経営を超越して「経営は一つだが、その方法が多元的である」という国際経営学の理論仮説があるとしよう。そこでの経営主体理論は、以上述べてきた「ハタラキ」と「カタチ」とを統合する“リズムの哲学”を形成する困難さに実践的経営では直面している。その理由は、日米の国際経営学の現実的違いとして、「ハタラキ」と「カタチ」と「チカラ」の意味世界が異なって実在している。そこでは日米の異なる「行為と思考」の実践があり、仮説「経営は一つだが…」の統合リズムの均衡過程に、異なった文化が触媒的に機能するからである。

さて次に、経営主体を多元的に分類してみよう。分類のモノサシを次のように多面的に変えると、経営主体の素顔がこれまでの標準的かつ企業偏向的な視点とは別の形で、よりグローバルに見えてくる。

1 「達成目的」別分類

企業体	営利性	例えば、株式会社、個人企業、営利組合など
行政体	公共性	例えば、国家、地方行政体、公社、公団など
媒介体	連帯性	例えば、業界団体、協会、社団、財団など
民間体	社会性	例えば、NGO、NPO、まちづくり、消費者運動など

2 「領域境界」別分類

地方主体	地方自治	例えば、愛知県、高山市、富山村
国家主体	国家主権	例えば、日本政府、アメリカ合衆国
地域連合主体	連帯関係	例えば、APEC、EU、ASEAN、首相サミット
国連主体	国連憲章	例えば、ECAFE、京都議定書、APO、WTO

3 「人間思考」別分類

利己主体	利己哲学	例えば、自己中心主義の本社志向
他者主体	他者哲学	例えば、他者中心主義の現地経営
擬人主体	制度哲学	例えば、組織中心主義の精神管理
神格主体	超越哲学	例えば、自他未分離の宗教的自覚

4 「計算主体」別分類

法人格主体	法の規定人格	例えば、会社、社団、社員、自然人
-------	--------	------------------

事業会計主体	プロジェクト	例えば、製品別、地域別、新規事業
職能管理主体	制度的計数管理	例えば、営業部、研究開発センター
会計主体	財務全般管理	例えば、予算制度、MIS、決算、戦略

5 「生命環境」別分類

自然環境主体	循環価値	例えば、環境ビジネス
地球惑星主体	宇宙秩序	例えば、コスモロジカル産業、宇宙科学
歴史風土主体	地域資源	例えば、ホスピタリティ産業
生命起源主体	生存維持	例えば、バイオとナノテクノロジー産業

6 「弱者政策」別分類

女性主体	男女平等	例えば、女性主役会社、女性起業家
土地っ子主体	土着保存	例えば、マレーシアのブミプトラ政策
黒人主体	民族保護	例えば、黒人系中心の企業、協会
マイノリティ主体	弱者支援	例えば、特定民族の伝統文化産業

経営主体の概念が、複合的構造であることを、以上の分類で汲み取っていただければ幸いである。国際経営学において、「企業と環境との関係」が、これまでのコーポレート・ガバナンス理論だけでは掬い切れない場合がある。異文化、異文明、異人種、そして多元思想などを包含する上記の経営体拡散が、グローバリゼーションを規範とする経営体の中に織り込まれてくる。

経営主体が、境界を越えて行動する場合に、異なる対象と出会う。このことが国際経営学の原点的意味である。主体、客体、行動を特定してその首尾一貫性で国際経営学を分類すると、出発点の主体に秘められた経営価値観（意志決定基盤）がまず問題になる。超境界的な意志決定の経営価値観を、次に分類してみよう。

超境界的な意志決定における、経営価値観（経営哲学）の基軸選択

経営哲学類型	基軸意識	表出形態	対極関係	方向性
経営哲学Ⅰ 規範主義哲学	標準意識	制度化	管理支配	法的志向
経営哲学Ⅱ 状況主義哲学	現場意識	非制度化	自由尊重	妥協志向
経営哲学Ⅲ 経験主義哲学	過去意識	経験応用	自己権威	外延志向
経営哲学Ⅳ 超越主義哲学	創造意識	起源情報	内的超越者	挑戦志向

第1の「規範主義」は、標準化原理で、制度化を善の形とし、マニュアル型管理を美的行為とし、法的規範が真実であるとする。第2の「状況主義」は、現場化原理で、管理を定型化しない行為が善の形であり、現場の知からくる自由裁量を美的に尊重し、状況に真実があるので、妥協も真理であるとする。第3の「経験主義」は、経験化原理で、過去の先行型経験を善なるものと

し、それは他への応用行為に値する美しいモデルとし、外部にも広めることのできる真実とする。第4の「超越主義」は、超越化原理で、脱出回避であり、極限状況に真理ありという前提で、創造する・される真理の探究である。問題解決型の善なる行為が、生命起源的情報に依拠する。生命知への哲学的接近は、挑戦的行為を誘発し、混沌の中に美しい秩序を自覚させる。

さて、次に主体論から、客体論と行動論の問題に移ろう。言語構造から言えば、「主語＋動詞＋目的語」とすると、主客二元論の次元と、行動概念が見えてくる。日本語には、主語が消える表現が多い。その理由は、動詞に主語が没入しているか、目的語の対象の表現の中に主語が内包されているからである。「主語が暗黙知になる」ことが、個人と組織との一体観や、自己と他人との未分離意識を、日本的経営の隠れた価値観として、指摘することも出来る。

だが、欧米型のグローバル経営では、前述したように自他分離の主客対極構造と、その媒介項としての、主客関係行動、主客環節範囲の意味の特定化が、日常化している。ここに、個人主義の行為主体の論理としての、国際経営学が誕生する。欧米型の生活史や生活構造の視点で、言語構造と社会構造とを重ねてみると、主体の明確性と、客体の二次性が際立ってくる。特に客体を主体の従属とする階層的な社会構造で言語構造をみると、動詞の行動概念がより重要な意味を持つようになる。勿論、ここで言う動詞の行動概念は、国際経営学のプロセス論理、社会過程論、相互作用論、管理過程論、経営革新論の客観的合理性や科学的段階論を意味する。

以上の言語構造と社会構造の複合型主体の価値論を基軸にして、多国籍企業の主体から客体への「ハタラキ」と「カタチ」と「チカラ」の行動観と組織観の構造的結合を捉えてみるとしよう。そうすると、国際経営学の主客相対の構造観が、ごく自然に理解できる。

V 日本の国際経営学研究の系譜

わが国の国際経営学研究の系譜は、その誕生の起源で次のように分類できる。

- A類型（企業行動） 企業の国際業務経験からの創始レベル
- B類型（個人経験） 個人の国際経験と専門研究からの創始レベル
- C類型（専門職業） 専門コンサルティング活動からの創始レベル
- D類型（学会組織） 専門学会としての組織活動からの創始レベル

上記の各類型化は、それぞれ個別の段階的発展で系統化できる。例えば、A類型は、「特定企業の国際化経験の系譜」⁸である。A類型を単純化して区画すると、輸出貿易段階、直接投資段階、

8 アメリカの経営史研究者であるマイラ・ウィルキンス教授は、フォード社の会社研究にのみ研究生涯をかけており、その結果、国際ビジネスの基礎的研究者として彼女は米国の国際ビジネス学会内では位置づけられている。彼女の言葉によると、「フォード社は、わが社が国際企業だという考えを一度も持ったことがない」そうである。参照『国際経営学の誕生Ⅰ：基礎概念と研究領域』（B.トイン&D.ナイ編 村山元英監訳 国際経営文化学会訳 文眞堂 2001年）所収、第3章「企業史研究視座と国際経営学の概念領域」頁49～80（訳：馬越恵美子）。

企業グローバル化段階の3段階に大別できる。ある特定企業の会社史をA類型にあてはめて分析すれば、始めに貿易型の「完成品貿易段階」、「製品部品輸出段階」、「技術移転段階」、「組立て現地生産段階」への国際業務の創始経験段階がある。そして次の第2発展段階として、海外直接投資型の「本格的現地生産段階」／「現地子会社設立」、「現地事業多角化」／「企業系列化」／「統括型持株会社」などへと、国際業務が進化する。A類型の第3段階は、多国籍企業の超境界的なネットワーク型経営、即ち、本格的なグローバル・ビジネスの段階へと巻き込まれていく。この段階では多国籍企業／国際ビジネスマンの現地土着化と、地球規模での戦略的な統合や提携が活性化してくる。

A類型は、国際経営学研究の種や苗床で、情報の宝庫である。だが、国際化の未成熟段階では、現実にはその情報アクセスへの障壁があるのみならず、現場的な身体知的知識と抽象的な論理的知識との整合性が得られ難い場面が多い。

B類型の国際経営学の研究系譜は、二つの系統がある。第1の系統は通称脱サラ型で、国際業務の個人的な職場経験を、国際経営論と仮定し、その経験に学問的付加価値を見出せる場合である。現実には直面している国際化の時代要請に、現場の実務型国際経営が実質的に望まれ、実学としての国際経営学者が急造されることになった。その結果として、基礎理論研究と臨床実務とが必ずしも一致しないという、学問理解の世界的潮流に反する傾向がわが国では見られるようになった。

B類型の第2系統は、老若男女を問わず、既存の大学人や研究者からの自己進化型の国際経営研究者層である。例えば、経済学、経営学、貿易論、マーケティング、組織論、会計学などの既存の専門個別科学からの外延型変貌の研究者層である。企業を研究対象とすれば、宿縁的に企業の国際化を自己の学問領域に内包せざるをえない。その結果、自然発生的に専門学問の国際化、所属大学の国際化、地域社会の国際化などと平衡して、専門個別科学の“接頭語としての国際”（例えば、経営学が国際経営学、貿易論が国際マーケティングなど）が、付加されるようになった。だが、その方向は、国際化やグローバル化の本質⁹から乖離した、我田引水の専門研究を逆に強化する方向で、第2系統は現在進化してきている。

次にC類型を見てみよう。国際ビジネスについての専門サービスが特化してくると、一般企業はそのサービスを外注するようになる。社内で国際ビジネスの人的資源開発が遅れ、プロフェッショナルのリクルートも困難な状況にあり、しかも、国際業務の組織開発も十分でない場合には、外部の専門機関に依存せざるをえない。かくして、既存のコンサルタント会社や研究調査会社がサービスの多角化の一環で、国際経営サービス事業を創始する。また、新しく国際ビジネスの専

9 国際経営学の基礎概念と研究領域は、国内概念の外延化や、標準化や、現場化を超えたレベルで、実在主義の立場から超越型問題解決主義である。参照：前掲書所収 第5章「国際経営学研究——独自の学問領域を確認できるか」頁106～137（ブライアント・トイン著、訳：村中 均）。

門コンサルタント組織を、個人レベルも含めて創業するようになる。サービス内容は多様であり、例えば、経営移転、技術移転、各種提携、M&A、現地生産、海外直接投資、国際金融、プロジェクト・ファイナンス、システム開発、市場調査、人材の採用・訓練・評価業務、新規事業の可能性調査（Feasibility Research）などである。

大手の欧米系コンサルタント会社の日本進出も定着してきた。そして、政府機関へのサービス提供も含めて業務拡大してきており、日本系の総合研究所（主として銀行系や旧財閥系）に対して競争的地位を強めてきた。その一方で、日本系コンサルタント会社も専門分化して海外進出を展開してきている。このような背景に拍車をかけるのが、社会人向けのMBAスクールの充実である。特にアメリカ型のビジネス・スクールの世界的確立が、国際経営学の研究者開発とその流動化に向けて貢献してきている。言い換えると、国際ビジネスの経営サービス会社や調査機関・研究所などの機能が、もう一つの大学的機能を果たし、研究者の養成と国際経営学の研究領域を拡大しかつ現実的なものにしてきている。

最後のD類型は、国際経営学関連の学会設立にまつわる、研究領域と研究者の開発過程である。すべての学会がそうであるように、学会創立とは“囲い込み”と“排他主義”の象徴である。従って、その創立には、学問の権威を、特定の研究者と大学の権威に擦り変えがちな傾向がある。それはそれとして現実理解した上での、国際経営学をめぐる日本的な学会設立と研究者開発の系譜を思い出してみよう。

日本では、「多国籍企業研究会」が、1970年代に創立された。創立の中心人物と学会の顔は、既存の国際経済学会と旧制高商系大学の流れを汲む研究者たち（通称4天皇）で、神戸大学系の入江猪太郎（定年後は近畿大学教授）、一橋大学系の板垣与一教授と山城章教授、慶応大学の山本登教授である。その下に中堅リーダーたちがいた。その前後から実質的に指導的な立役者は、小林規威教授（慶応大学系、多国籍企業研究会・現会長）であった。それに入江先生配下の関西グループの中堅と若手が、纏まり良く共同研究体制を尊重した。例えば、江夏健一教授らである。多国籍企業研究会は、「日本の経済団体連合会」の肝いりで出来たこともあり、実務者と学者の共同体の特質を持つと同時に、特定の関係者に限定しがちな閉鎖的なところもあった。だが、その功績は、外国文献の翻訳¹⁰と、海外の代表的な国際経営学研究者とその理論と学説の紹介¹¹を中心に若手研究者を育て、実務情報、国際情報、先端的情報の機会を会員に提供し、他に類のないアメリカ型の合宿研究討議大会（関西部会／関東部会）を持続させてきている。

その後、「国際ビジネス研究学会」が、多国籍企業研究会から“枝分かれ”した。日本によくあ

10 翻訳作業の初期的段階では、「国際経済学」と「国際ビジネス論」の関連が明瞭でなかった。特に、意味不明瞭な訳語が充満していて、訳書の読解に苦しみ、混乱状況であったことは否定できない事実である。但し、なんとなくアメリカで新しい学問が誕生しつつあることを動物的に直感され、遮二無二、翻訳作業を割り当て若手／中堅研究者を育てようとした故・入江猪太郎教授の研究指導は、日本への海外の学説紹介の分野では貴重な創業的業績である。

る学会物語で詳細は省くとしよう。「多国籍企業研究会」を「国際経営学会」に名称変更しようとする動きには、筆者自身は「国際経営学の理論構築」の方向で賛成していたが、現実には分化した学会は、“抜け駆け的”な総合化と学際化とを標榜し、そして新理事乱造と若手を育成する大義名分があったようだ。最近の動向では、国際経営学の本格的な理論形成よりも、海外情報の現象紹介と中国関連報告で賑わっている。寄せ集めの過度期的な混乱から、やがて、国際経営学の本来的研究のあり方に向けての自助努力が望まれている。

それ以外の学会としても、異文化教育、異文化コミュニケーション、異文化心理、経営教育、学説史、実践経営、経営哲学、経営文化、経営倫理、比較文明、アジア経営、日本的経営、経営戦略、文化行政、地域研究などの関連諸学会が、1970-1980年代に雨後の竹の子のように新設されてきている。わが国では、総体としての国際主流の専門学会が、時代の要請に対処できないことと、閉鎖的体質の理由で、これら新学会の創立が、国際経営学の研究花模様を豊かに多様化してきているが、その反面、自称・国際経営学者の誕生にも貢献してきている。

学会分析を続けよう。「研究者 — 専門学会 — 担当科目 — 大学地位」の一連の関係が、学会帰属を地位形成の市場として組織開発する。言い換えると、国際経営学の学問と教育の専門職業人を育てる苗床機能が、学会運営に期待されている。主流的学会としての価値ある【アメリカ経営学会】(Academy of Management)も、【国際経営学会】(Academy of International Business)も、学問的理論の体系化に向けて、また、国際経営学の教授法開発にあたり、日本と異なり分裂的であるよりも、共同体的である。包容力のある超境界的な能力主義を規範として、派閥選択を廃止し、公正な競争を正義とし、適材適所の人材活用と人材探索を、学会運営の経営原理としている。

以上、国際経営学者の輩出基盤である、A型(企業行動)、B型(個人経験)、C型(専門職業)、D型(学会組織)と類型化してみたが、それ以外にも、外交官経験や、新聞社の特派員経験、外資系会社勤務経験など特殊な個別事情もある。従って、以上の類型化だけでは必ずしも充分では

11 学者と学説との因果関係を、その国固有のアカデミックの成立基盤で理解しないと、翻訳といえども学問の本質に届かない。例えば、約40人の欧米系国際経営学関係の学者の論文を翻訳紹介している訳書『国際ビジネス・クラシックス』(J. ベーカーラ編 中島潤ら監訳 AIB日本訳 文真堂 1990年)の事例を取り上げるとしよう。本書への最も重要な洞察は、巻頭論文がフランクリン・R. ルート(Franklin R. Root)教授の「国際経営の概念的アプローチ」であることと。次に巻末論文がウィリアム A. デイムザ(William A. Dymsha)教授の「グローバル戦略計画: モデルと近年の発展」を位置づけている点である。マクロとミクロ、全体と個別、環境と職能、一般と特殊、外国と自国などの両極に、両教授を配置し、その中間的領域に他の論文を散りばめる。その思考的枠組みの巧みさから、アメリカの国際経営学の誕生期(約30年間)を知る編者の叡智を感じとることができる。ルート教授とデイムザ教授は親友関係にある。F教授は、ウォートンで国際経営学を経済学/貿易論の分野から開発していった。D教授は、ラッガース大学で経営管理論から国際経営学の分野に接近していった。勿論、両教授ともそれぞれの帰属する主流学会の学会長の経験者である。マクロの経済学者とミクロの経営学者とが、国際経営学の共通の土俵を学際的にもつた理由は、彼らの戦争体験からの共通感覚であり、超境界的なチーム形成による相乗効果を自覚し、学問のグローバル化への責任意識を分かち合っていたからである。両教授とその御内儀も筆者の自宅(成田空港騒音地域の我が家)を、もう一つのアメリカのように愛してくれている。筆者も、国際経営学を将来担う日本の若手大学院生を、彼等のアメリカの自宅に連れて行き、直接に薫陶を受ける機会を提供してきた。その学説の紹介は、その学者の人柄と生い立ちも身近に理解しないと、その学説を産み出した“隠れた真実”を伝えられないものである。ここに活字のみに媒体依存する翻訳の限界がある。

ないが、ここでは、わが国の国際経営学研究者の一般的誕生を、過度期的段階での歴史的特性として抽出してみた。

筆者個人の中にある歴史的系譜としての国際経営学の誕生は、上智大学の外国語学部での戦略的創立である¹²。当時、上智大学との競争関係にある、東京大学の教養部の「地域研究」と、東京外国語大学の「語学教育」とを外部資源コンテキストとし、上智大学の「国際経営学」の新規講義科目を内部資源コンテキストとし、「地域研究」と「語学教育」との結節点、即ち、触媒的専門機能としての「国際経営学」を位置付けた（ポジショニング）。企業の国際化に向けて、売れる上智大学生を教育開発できたのは、「地域研究 — 国際経営学 — 語学教育」の三位一体の方向性を明確にしたからである。

国際経営学が、日本の大学で誕生したその後の意味は計り知れないものがある。文部省の設置審議会が連動し、他の大学が競争的に模倣し、国際経営学の科目設置は全国的な広がりとなった。この時流の創出は、既存の大学の改組や配置換えも含めて、「国際経営学」関連の授業科目担当教員の新規採用の機会創出に貢献した。また、大学の新学部や新学科の創設にあたり、国際経営学が目玉となり、教育改革の中心的役割も果たしてきた。だが、急造の国際経営学には、その名称に実体を伴わない内容の場合もあるので、その後の成長に足踏み状態が見られる大学もある。適材適所の人材発見と人材探索に向けての反省と再建も、多くの大学では最近見聞している。

そうした反省から、初期的段階に回帰して、欧米系の国際経営学の研究者を翻訳研究する傾向も最近は顕著である。日本での国際経営学の専門研究の遅れを取り戻すために、先端的な欧米系の学者の研究業績に依存せざるを得ないことが、現代の日本型国際経営学の現状である¹³。その事実を謙虚に受け止め、分裂から協調のアカデミック共同体の形成が、わが国の国際経営学研究の方向に望まれている（例えば、統合型新結合としての「国際経営学会」の設立）。

Ⅵ 研究方法論の自由と拘束

基礎的概念の意味探求

学問研究に限らず、すべての問題への取り組みには、「方法が正しければ、結論も正しい」という作業仮説がある。その作業仮説を支える筋道（すじみち）が、理論仮説である。学問愛好の基

12 昭和42年（1967年）に上智大学が国際経営学の授業科目をわが国で初めて誕生させた。その講義科目を提案した裏話は、外国学部のニッセル学部長が、筆者に東大と東京外語大に対抗する授業科目の設置を相談してきたからである。現在ローマ法王庁で活躍しているピタウ神父が、当時の上智大学の教務部長（実質的な副学長）で極めて柔軟で改革的であり、その下に筆者がシートーホール大学講師時代のアメリカ人の教え子たちが、上智大学講師をしていて、その関係で筆者の国際経営学の確立を、上智大学の先端的教育戦略として期待していた。英語で専門科目（国際経営学）を教えさせたかったのであろう。

13 国際経営文化学会も、『国際経営学の誕生シリーズ』を新しい方式の翻訳道場と研究スタイルでこれまで文眞堂から出版してきている。

本的ライフスタイルは、作業仮説と理論仮説の組み合わせの達人を目指すことである。

学問研究の方法論としての、理論仮説を、「筋道の科学」と呼び、作業仮説を、「段取りの科学」と呼ぶこともできる。学問の方法論は、このように、“作業の”「段取りの科学」と、その段取りを“動かす価値”としての「筋道の科学」の融合の上に成り立っている。

段取りの作業仮説と、筋道の理論仮説は、研究主体と研究対象によって、それぞれ異なった組み合わせとなる。ここに、研究方法論の、自由と拘束の問題がある。言い換えると、方法論の定型的拘束性と非定型的自由性の、二つの範疇が上げられる。型どおりの学問か、型破りの学問かの、両者の違いが、ここで方法論的論議となる。いずれの場合でも、作業仮説と理論仮説の設定に向けて、研究方法論の定型化と非定型化の価値規範は、影響力を持つ。それも、仮説設定の権限を持ち、研究活動の評価をする研究主体の、自由と、拘束への姿勢如何にかかっている。

大学と大学院で、研究方法論を教える場合は、情報取り扱い上における、「研究調査の科学としての構造論（仕組み）」¹⁴を学生に伝えることにしている。その仕組みは、次の3つである。

1. 第1次的研究手法の構造（初めての情報創造）
2. 第2次的研究手法の構造（既存の情報加工）
3. 論文・報告書手法の構造（独自の情報表現）

ここでは、研究方法論を広義と狭義との2つの範疇に仕分けして、前者を戦略としての「価値」（理念／目的）と「手段」（実現／道具）とを同時化する研究方法論（methodology）で位置づける。後者を戦略をより有効に達成させるための戦術としての「手法」（approach、即ち、現場的な技術や技能の知識と熟練のレベルで「手法」を捉えている。さりとはいっても、実験計画法や、問題解決法や、あるいは経営戦略立案などの、実際の研究指導現場では、「方法」と「手法」とがそれほど厳密に区別できない場合がある。

注意すべきことは。情報処理上において、「仮説設定」とその「仮説検証」の段階論の違いが、以上の「方法」と「手法」の違いを明確にすることがある。「仮説設定」段階では、「戦略的思考を含む価値＝行動の方法論的視点」が基軸に据えられている。その戦略的思考の仕組みには、帰納的か、演繹的か、飛躍的かの発想の構造の違いがある。最近では、アナログ型とデジタル型の発想も、仮説設定の段階で使い分けるが、それよりも戦略的意思決定のための革新的な飛躍や脱出の超越型発想の方法に、研究調査の面白さを感じている。勿論、「現場的手法」は、「価値的方法」（例えば、戦略的経営の内容）の決定に付随して、状況創造的な技芸である。

さて次に、「仮説設定」と「仮説検証」の循環活動について回る情報処理の科学的視点について、

14 参照：『経営管理総論』（村山元英著 文眞堂 平成15年）所収 第11章「研究調査方法の科学的管理論」と第12章「問題解決の管理過程論」。

基本的な考察を試みてみよう。

1. 科学的合理性の計量的手法

研究対象の分析には、質的分析と量的分析の二つの分析視点がある。研究対象の内容についての質的研究を、定性的分析研究と呼び、一方、その内容についての数量的研究を、定量的分析研究と、一般的に呼んでいる。

定量分析は、数字の科学で、数字が絶対的な真実であり、合理性の価値規範があり、揺ぎない客観的事実であるとする。数字そのものが説得力となり、交流の条件とされる。かくして、学問研究は、計量化こそが、唯一の科学であり、分かち合える標準化された道標となる。

学問の世界的潮流が、計量分析科学に顔を向け、社会科学と人間科学が、計量分析を必須とする自然科学化現象に同化してきたことも、無視できない。欧米の科学文明論が、個別要素還元主義の立場にあり、すべての現象を無限に分解できるとする科学信仰を基軸理論にしてきた。言い換えると、欧米型の研究者は、分析科学としての計量的手法を基礎科学として位置づけ、それを価値観と方法論と同意義なるものとして捉え、計量科学主義思想を、これまで世界に通じるパスポートのごとく扱ってきた。

特に、アメリカのビジネス・スクールなど、大学や大学院を中心とする高等教育制度の中に、この思想は、積極的に取り入れられてきた。教育と研究の学問的基礎としての計量科学観が、企業経営のみならず、同時に、アメリカの国家経営の戦略論としても意味付けられ、曖昧を排除し、確実に目標達成という効率主義が、計量分析の科学を支えているものと言える。

計量思考の研究調査の科学は、現象の一般化と標準化の便利さを持ち、多元性や複雑性、そして競争性の構造への平均値的道標の設定には有効である。多元的社会構造と戦争勝利経験のアメリカでの留学生活を実感してみて、アメリカから発信される計量科学主義の戦略的意義を洞察すると、それが必要不可欠な科学的方法の真実として理解できる。だが、測定できる現象と測定できない現象があり、すべての現象を測定できる形に無理して当てはめることに、アメリカの研究者の中からも、批判があり、それに代替する方法と手法は、先端的研究者の間で今求められている。

2. 本質を知覚（真実を直観的に知る能力）

現象についての情報を計量分析するだけでは、ことの真実を必ずしも分析把握できないという人もいる。科学とは、計量的分析の手法のみならず、現象への直観も科学である。こう信じる者もいる。直観の科学主義は、経験が科学だという意味と重なる。

特定の経験が、身体知としての知識の蓄積となる。だが、注意すべきことは、経験の科学は、理論の科学とは、必ずしも一致しない。なぜならば、経験の科学は、己の身体と精神を特殊なメ

ジア（媒体）として成り立ち、一方、理論の科学は、脱身体知をめざし、超主観の抽象的かつ観念的な知識のストックを、標準メディアや、一般的モノサシとするからである。

単純化した言い方をすると、身体で憶えた経験的知識は、頭で憶えた理論的知識とは、同じではない。それぞれが、異なる知識起源から体系化されていた。従って、経験と理論とは、相互にヒントを与え合うとしても、身体知と非身体知の起源の違いを引きずったまま、理論と経験とが、相互交流と相互理解をすることになる。

別な言い方をすると、理論としての知識は、秩序の説得力を持ち、知識の体系化が、計量化を伴い、普遍化され、共有されて、原理原則的意味となる。このように、理論と経験との違いを明らかにすることが、直観の科学主義の解明を引きだせる。

直感／直観とは、「人間の中に残された野性」であり、「動物的精気」である。最近のDNA（人間遺伝子の解析）研究成果が、自説の「動物的精気の人間論」（経営人類学）と通じるところがあり、それをより生理学的に説明してくれる。

直観の科学主義は、現象から本質を感じとる認知力である。一般的表現での、眼力とか、洞察力が、ここで言う直観の科学性である。それは、次のような3段階の過程論である：①「現実直視」、②「判断停止」、③「本質直観」。現象に目をそむけず、リアルなことをありのままの姿勢で、直視する生活のリズムが、ここで言う第1段階の「直観導入期」である。次に、直観の第2段階は、現象への判断を全て休止させ、自己の所有する価値規範（判断のモノサシ）を一時的に放棄することである。その意味での第2段階は、「直観内発期」である。

第3段階は、突如沸き起こる知恵であり、理論の知識を超え、経験の知識でもない、生命の根源を垣間見る思いの知恵であり、自然の哲学である。本質直観のこの第3段階を、「直観表出期」と呼ぶことにしよう。直観は、自己組織化された動物的精気であり、自己言及の過程で、自己発見できる、もう一人の自己自覚である。直観とは、内的自己で、場や時の生命知に触れて、自己表出させたときにこそ、その実在を確認できる。

3. 道具の選択、用途開発、創造実験

研究方法論は、情報処理上の道具的要素と価値的要素とある。前述の作業仮説は、段取り、即ち、仕事のネットワーク作りで、それぞれの仕事（例えば、工程別、製品別、事業別、市場性別、収益性別、地域別、職能別など）の単位毎に、あるいは、仕事の組合わせ状況毎に、道具立て、道具仕込みが、求められる。ここで、道具とは何を意味するのであろうか。ポートフォリオ型も含めて「計量化の科学」を確立するには、測定 of 道具が、不可欠である。現象を科学分析するための道具あるいは、要具は、手段的資源である。

それは、記録測定 of 道具であり、整理分類、集約体系、解釈吟味、報告表現、蓄積資源化 of 道具である。道具は、分析技術・技能であり、未来予測 of 手段である。作業の内容と変化に応じて、

分析道具はそれぞれ使い分けられる。しかし、それはそれとして、分析的道具には、定形化している場合が多く、その定型的知識や、あるいは、標準的な技法の取得が望まれる。学問研究の形式化が、ある程度、準公的秩序となり、半ば強制を伴い、道具の選択と使用方法が、グローバルに決まっている場合がある。最近の国際経営戦略の展開で、定形化した分析手法と表現手法が、グローバルな市場原理と競争原理で一般化してきている。

経営管理論／経営戦略論／国際経営学は、その方法論的道具を、例えば、量的分析については、会計学、統計学（特に、心理統計）、経済分析、社会調査、市場調査、産業経済学、財務分析など個別科学分野の測定道具をお借りしている。また、質的分析については、歴史、文学、人類学、政治学、法学、社会学、哲学、倫理などの学問的手法を応用させてもらっている。

批判を恐れず言わせてもらえば、経営管理論／経営戦略論／国際経営学は、それ独自の研究方法論として、記述論、測定論、認識論、比較論、情報論、環境論、政策論、文化論、文明論などをまだ十分に確立していないように筆者には思えるのだが、いかがなものだろうか。ここに、研究方法と研究手法の創造的開発の道が開かれていて、この分野での今後の挑戦的研究開発が楽しめる。

折衷主義の立場で、「道具的要素の手法」を、先ず長所と短所で知識整理し、その使い勝手に馴染み、状況的対応で、それぞれの道具を使い分ける骨（こつ）がある。ここに、“形どおり”と、“型破り”の道具の使い分けの能力が、問われてくる。欧米型ポートフォリオへの“型破り”手法が望まれ、定型的道具の用途開発の意味と、定型的手法からの脱出か超越の方向への、新しい手法の創造開発を促し、その創造実験の結果が、新しい知の創造過程への、方法論の創造をモデル化する。

筆者のこれまでの研究調査の展開の系譜を省みて、「方法」と「手法」とが一体化している、という“広義の意味”での研究方法論は、次のように類型化してみることができる。

研究調査の方法論類型

1. 「量的方法論」 …………… Quantitative approach & methodology
2. 「質的方法論」 …………… Qualitative approach & methodology
3. 「伝統的方法論」 …………… Written material approach & methodology
4. 「現場的方法論」 …………… Field studies approach & methodology
5. 「経験的方法論」 …………… OJT work experience approach & methodology
6. 「イベント開発方法論」 … Events development — involvement approach & methodology
7. 「超越的方法論」 …………… Transdisciplinary approach & methodology

6の「イベント開発方法論」と、7の「超越的方法論」については、別のところで詳しく解説

する必要があるが、1から5までの方法は一般化されてきている。

研究方法論は、保守と革新、慣習主義と先端主義、個人主義と集団主義、制度論的と生態論的、合理性と非合理性などと、2極構造となり、次にそこから3極化し、そして多極化している。こうした価値の多元化と拡散化の世界的潮流に対して、研究者は、「一、二を生じ、二は三を生じ、三は万物を生ずる」型の、多元的一元論も、研究主体的立場で、流行の中の不易として、常に求め続けられてきた。価値選択の多元化と方法選択の多元化とが、重なり合うところに、研究調査の技法開発と、その“組み合わせの妙”を楽しめる¹⁵（未完）。

15 「国際経営学の再構築への基礎理論と研究方法」について、「基礎概念」と「超学際的方法論」と「グローカリゼーション戦略」の3視点から試論を展開してきた。参照：『新 経営海外移転論 — 国際経営学の理論づくり』（村山元英著 創成社 1997）頁411～429。